

การตลาดและการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ของผู้ประกอบการหัตถกรรม จังหวัดสงขลา Marketing and Competitive Advantages for Handicraft Entrepreneurs in Songkhla

วีรารณ มารังกูร¹ และปรีชญา ชุมศรี^{1*}

¹อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา 90000

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการตลาดของผู้ประกอบการหัตถกรรมใยตาล และกลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตลาดผลิตภัณฑ์ใยตาลและวิเคราะห์การแข่งขันเพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าหัตถกรรม วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง โดยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม และผู้ผลิตที่เป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายที่ผลิตผลิตภัณฑ์ใยตาลจำนวน 4 กลุ่ม พื้นที่อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ผลจากการศึกษาพบว่าการผลิตผลิตภัณฑ์ใยตาล มี 2 ลักษณะคือการทอและการจักสานและนำไปประกอบตกแต่ง จนเป็นผลิตภัณฑ์หลายรูปแบบ ตลาดของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย การขายสินค้าตามงานเทศกาลต่างๆ การรับคำสั่งซื้อ และการฝากขาย กลยุทธ์สำคัญของการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ความแตกต่าง และกลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม กลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมใยตาล มีโอกาสประสบความสำเร็จสูงเนื่องจากสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ ตลอดจนได้รับการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย มีความสามารถในการแข่งขันจนอยู่รอดและยั่งยืนตลอดไป

Abstract

This research aimed to study the marketing of handicrafts from sugar palm fiber and the strategies to enhance compatible marketing and study sugar palm fiber products' market and analyze the competition to increase the potential in the handicraft market competition. The methodology used was qualitative research using identified sampling by interviewing the group leaders and the members of local community enterprises who produce handicrafts from sugar palm fiber in four areas in Amphur Sathing-Pha, Songkhla Province. The result revealed that there were two kinds of products from sugar palm fiber: weaved and wickerwork and using the products as decorating items to create various style of handicrafts. The marketing of the products composed of selling in festivals, made to order, and consignment. The main compatible advantages were costing strategies, differentiating, and Niche or Focus strategy. The palm fiber entrepreneur has high opportunity to succeed due to the increasing potential competition ability. Further more, promotion and OTOP products development can make value added to entrepreneurs for sustainability in competition.

คำสำคัญ : การตลาด การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน หัตถกรรม ใยตาล

Key words : Marketing, Competitive Advantage, Handicraft, Palm fibers

1. บทนำ

1.1 ที่มาของการวิจัย

ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 อันเนื่องมาจากปัญหาการขาดดุลชำระเงิน และอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าลดลง ซึ่งปริมาณการส่งออกที่ลดลงก็คือสาเหตุสำคัญประการหนึ่งข้อได้เปรียบเรื่องค่าจ้างแรงงานที่ต่ำของประเทศไทยก็หมดไป และปรากฏว่าอัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศมีอัตราค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ ทำให้การจ้างงานภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการลดลง แรงงานบางส่วนก็อพยพกลับถิ่นฐานเดิม ในชนบทเพื่อทำกิจกรรมหรือหัตถกรรมในท้องถิ่น อีกครั้งหนึ่งการผลิตสินค้าหัตถกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งเคยเป็นงานศิลปะหรือใช้แรงงานในครอบครัวเป็นหลักมาเป็นการผลิตเพื่อการค้าที่มีรายได้ตอบแทนอย่างเพียงพอและเหมาะสม มีความมั่นคงและยึดเป็นอาชีพได้ (ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข, 2547)

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมนอย่างสูงสำหรับลูกค้าชาวไทย ชาวต่างชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นสินค้าส่งออกที่รัฐบาลคาดว่าจะเป็สินค้าหลักในการเพิ่มรายได้ประชาชาติ (GDP) ให้สูงขึ้น รวมทั้งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพราะนอกจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจะมีต้นทุนต่ำในการผลิตแล้ว วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็สามารถจัดหาได้จากท้องถิ่นและแรงงานสำหรับการผลิตก็เป็นแรงงานที่ว่างจากการทำกิจกรรม

ปัจจุบันพื้นที่อำเภอสีทิงพระ จังหวัดสงขลามีสันตาลโค่นอยู่ประมาณ 200,000 ต้น สันตาลโค่นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ลำต้นใช้ทำเป็นเครื่องเรือน เครื่องใช้ ทางตาลใช้ทำเป็นรั้วบ้าน เชื้อเพลิง ลูกตาลนำมาทำเป็นอาหาร และใยตาลใช้ในงานหัตถกรรม เป็นต้น ในอดีตใยตาลนำมาทำเชือกสำหรับผูกเรือ หรือว่ นอกจากนั้นก็ยัง

นำใยตาลมาทำเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับประกอบอาชีพ เช่น เครื่องมือจับปลา ต่อมาได้เริ่มนำใยตาลมาประดิษฐ์เป็นงานหัตถกรรม โดยการจักสานและทอเป็นหมวก กระเป๋า กล่องทิชชู สามารถนำออกจำหน่ายได้จนเป็นที่นิยม และสร้างรายได้ให้กับชุมชนอำเภอสีทิงพระ อำเภอระโนด และอำเภอกระแสสินธุ์

อย่างไรก็ตามสินค้าหัตถกรรมใยตาล ซึ่งมีวิธีจักสานคล้ายคลึงกับการจักสานย่านลิเภา (อุดมหนูทอง, 2548) ยังมีปัญหาหลายประการ คือ ปัญหาการขาดผู้สอนที่มีประสบการณ์ ผลิตได้ไม่ทันกับคำสั่งซื้อ ขาดเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาด้านการตลาดของสินค้าหัตถกรรมที่พบก็คือ ปัญหาการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (นัม-อนงค์ อ่อนเอก, 2548) อันเนื่องมาจากสมาชิกไม่มีความคิดริเริ่มในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ กลุ่มชาวบ้านต้องเผชิญกับการแข่งขันจากสินค้าโรงงานอุตสาหกรรม ที่มีประโยชน์ใช้สอยใกล้เคียงกัน (อัจฉรา สโรบล, 2543) ส่วนตลาดต่างประเทศหัตถกรรมของไทย ต้องประสบกับการแข่งขันด้านราคาอย่างรุนแรง เพราะต้นทุนการผลิตของประเทศไทยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ฯลฯ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม)

ดังนั้นแนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมประกอบ ด้วย 3 ด้าน คือ ด้านวัสดุ ด้านกระบวนการผลิต และด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ (ศักดิ์ชาย ลึกษา, 2549) โดยจะต้องเน้นด้านอารมณ์ความรู้สึกพึงพอใจ และอรรถประโยชน์ ที่จะสนองความต้องการของผู้ซื้อและขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน และเป็นไปตามแนวคิดของเศรษฐกิจชุมชน จึงจำเป็นต้องศึกษาปัญหาการตลาด โอกาสทางตลาด กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเป็นแนวทางไปสู่การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และตลาดสินค้าหัตถกรรม ตลอดจนหา

แนวทางส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ
หัตถกรรมให้มีความสามารถในการแข่งขันได้ จน
ทำให้วิสาหกิจชุมชนอยู่รอดและยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการ
จัดการตลาดของผู้ประกอบการหัตถกรรม ที่ดำเนิน
การอยู่ในปัจจุบัน และศึกษากลยุทธ์การสร้างข้อได้
เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการหัตถกรรม
เพื่อหาโอกาสทางการตลาด เพิ่มศักยภาพในการ
แข่งขันของสินค้าหัตถกรรม

2. วิธีการศึกษา

วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบบ
เจาะจง (Purposive Research) โดยการสัมภาษณ์
ประธานกลุ่มและสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายที่ผลิตผลิตภัณฑ์ตาล
จำนวน 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มไหนดทั้ง บ้าน
จะทิ้งพระ ตำบลจะทิ้งพระ กลุ่มคนรักไหนด บ้าน
ดอนคัน ตำบลขูด กลุ่มชุมชน หมู่ 4 ตำบล
จะทิ้งพระ และกลุ่มบ้านกระดังงา ทั้ง 4 กลุ่ม ตั้งอยู่
ที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา

เครื่องมือที่ใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 2
ชุด คือ ชุดแรกสำหรับสัมภาษณ์ประธานกลุ่มเกี่ยว
กับการผลิต การตลาดที่กลุ่มดำเนินการอยู่ ปัญหา
ทางการตลาด การวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์
รูปแบบของผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจำหน่าย
การส่งเสริมตลาด การรับคำสั่งซื้อ และการแข่งขัน
ทางการตลาด ส่วนชุดสองสำหรับสัมภาษณ์ผู้ผลิต
ที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม เกี่ยวกับเวลาที่ใช้ในการผลิต
การพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ
ในการผลิต การกำหนดราคา รายได้จากการผลิต และ
ปัญหาต่างๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลา 4 เดือน ตั้ง
แต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนเมษายน 2550

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์
และการสังเกต นำมาจัดแยกเป็น 3 ด้าน คือ 1. ด้าน
การผลิตประกอบด้วย 1.1 ลักษณะการผลิต 1.2 การ
จัดหาวัตถุดิบ 1.3 เวลาที่ใช้ในการผลิต 1.4 รูปแบบ
ของผลิตภัณฑ์ 2. ด้านการตลาดประกอบด้วย 2.1
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.2 การกำหนดราคา 2.3 วิธี
การจำหน่าย 2.4 การส่งเสริมการขาย 3. ด้านการ
แข่งขันประกอบด้วย 3.1 วัตถุประสงค์ของการ
แข่งขัน 3.2 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ
ผลิตภัณฑ์ และ 3.3 การใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน

3. ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

3.1 ผลการศึกษา

3.1.1 ด้านการผลิต

1. การผลิตผลิตภัณฑ์ตาลจะมี 2 ลักษณะ
ด้วยกัน คือ การนำใยตาลที่ได้จากกาบตาล มาแช่
น้ำประมาณ 5-10 วัน มาทุบหรือตีเพื่อเอาเส้นใย
ออกมารีดเป็นเส้นๆ แล้วนำไปต้ม ตากหรือผึ่งลม
ให้แห้ง จึงค่อยนำไปย้อมสี เมื่อได้เส้นใยตาลมาแล้ว
สามารถนำเส้นใยที่ได้ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ 2
ลักษณะ คือ

1) นำไปทอเป็นผืน เพื่อนำไปประกอบกับ
วัสดุอื่นๆ เช่น กรอบไม้ตาลโดนด โลหะ หนัง ผ้า และ
อุปกรณ์ตกแต่งต่างๆ จนเป็นผลิตภัณฑ์

2) นำเส้นใยไปจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ
เช่น หมวก ตะกร้า กระเป๋า เครื่องประดับและ
ของชำร่วย

2. การจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตก็คือ
เส้นใยตาล สมาชิกที่เป็นผู้ผลิตสามารถจัดหาได้
โดยการซื้อจากกลุ่มที่ผลิตเส้นใยตาลเพื่อจำหน่ายใน
ราคา กิโลกรัมละ 600-700 บาท กลุ่มไหนดทั้ง เป็น
กลุ่มที่สามารถผลิตเส้นใยตาลได้มากพอที่จะจำหน่าย
ให้สมาชิกได้ เพราะมีเครื่องจักร 1 เครื่อง สำหรับ
การตีเส้นใยตาล ส่วนสมาชิกกลุ่มคนรักไหนด กลุ่ม
ชุมชน และกลุ่มกระดังงาส่วนใหญ่จะผลิตเส้นใยตาล

เอง ด้วยการตีด้วยมือ เนื่องจากเห็นว่าวิธีนี้เป็นการเพิ่มรายได้เพราะไม่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบ และ การตลาดก็สามารถเก็บมาหรือหามาได้จากในหมู่บ้าน ซึ่งมีต้นตาลโตนดเป็นจำนวนมาก ประกอบกับ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเส้นใยตาลก็มีเพียงมีด ขวาน และที่รองเท่านั้น

3. เวลาที่ใช้ในการผลิตขึ้นอยู่กับความยากง่ายของชิ้นงาน เช่น งานทอเส้นใยเป็นผืนกว้าง 17-18 นิ้ว ความยาว 1 เมตร ใช้เวลาประมาณ 12-18 ชั่วโมง งานจักสานกระเป๋าทอหรือหมวก ต้องใช้เวลาตั้งแต่ 5-10 วัน ส่วนการประกอบชิ้นส่วนต่างๆ เช่น การ बुผ้าในกระเป๋าทอ การติดหูกระเป๋านั้นขึ้นอยู่กับความชำนาญของแรงงาน ความละเอียดของชิ้นงาน และความพร้อมของเครื่องจักรและอุปกรณ์

4. รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เกิดจากความถนัดและความชำนาญของสมาชิก ซึ่งมีหลายรูปแบบ แต่มี 2 ลักษณะใหญ่ๆ ด้วยกัน คือ เป็นลักษณะการทอกับการจักสาน เช่น กลุ่มคนรักย์โหนด จะผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทจักสาน ตั้งแต่กระเป๋าทอ หมวก เครื่องประดับผม และที่รองแก้ว กลุ่มชุมชน จะผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทจักสานและทอเส้นใยตาลเป็นผืน แต่ไม่ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ส่วนกลุ่มโหนดที่จะจักสาน ทอเส้นใยเป็นผืนและนำไปประกอบเป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระเป๋าทอ โคมไฟ หมวก กล่องทิชชู และของชำร่วย กลุ่มกระดังงา เน้นการทำกรอบไม้ตาลโตนดเพื่อไปประกอบเป็นกระเป๋าทอ และทอเส้นใยตาลขายในลักษณะเป็นผืน

3.1.2 ด้านการตลาด

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้น ซึ่งส่วนใหญ่การออกแบบหรือการปรับปรุงพัฒนาแบบ จะกระทำโดยประธานกลุ่ม ส่วนใหญ่ประธานกลุ่มจะนำแนวคิดและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มาจากหน่วยงานที่ให้การส่งเสริม เช่น ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสงขลา สำนักงาน

เกษตรและสหกรณ์ มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีลูกค้านำตัวอย่างสินค้ามาเป็นแบบให้กลุ่มผลิตและมีผลิตภัณฑ์บางส่วนเกิดจากการที่สมาชิกไปศึกษาดูงานจากวิสาหกิจชุมชนอื่น เช่น ที่จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดเพชรบุรี แล้วนำสิ่งที่พบเห็นมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้านรูปแบบ สี วิธีทอ และการประกอบชิ้นงาน เป็นต้น

2. การกำหนดราคา สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ กรณีแรก สินค้าสำเร็จพร้อมขายให้ลูกค้า ประธานและสมาชิกกลุ่มจะร่วมกันพิจารณาคำนวณวัตถุดิบ เวลาที่ใช้ในการผลิต ความยากง่ายของชิ้นงาน และวัสดุตกแต่ง แล้วจึงกำหนดเป็นราคาขายแบบราคาเดียว คือ ไม่มีส่วนลด ในกรณีที่สอง คือ การขายชิ้นส่วน เช่น ตัวกระเป๋าทอที่ยังไม่ได้บุผ้าหรือใส่หู หรือติดอุปกรณ์ตกแต่งอื่นๆ ผู้รับซื้อเป็นผู้กำหนดราคา โดยพิจารณาจากประมาณความสูงของตัวกระเป๋าทอ เช่น ความสูง 6 นิ้ว ราคา 200 บาท และความสูง 8 นิ้ว ราคา 300 บาท ส่วนเส้นใยตาลที่ทอเป็นผืนกว้าง 17-18 นิ้ว ความยาว 1 เมตร ราคาขาย 200 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้รับซื้อกำหนดราคาเอง

3. การจัดทำนายผลผลิตสมาชิกของกลุ่ม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประเภทแรก คือ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งเป็นวิธีการจำหน่ายสินค้าที่สร้างรายได้ส่วนใหญ่ให้กับสมาชิกของกลุ่มก็คือ 1) การขายผลิตภัณฑ์ในงานจัดแสดงสินค้าระดับจังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ ระยะเวลาการจัดงานมีตั้งแต่ 2-10 วัน หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นผู้จัดขึ้น ประธานกลุ่มเป็นผู้ติดต่อประสานงานเพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย สมาชิกจะรวบรวมสินค้าที่ผลิตได้มาส่งมอบให้ประธาน และเมื่อขายได้แล้ว ประธานก็ส่งเงินกลับไปยังสมาชิก 2) การรับคำสั่งซื้อจากผู้รวบรวมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและลูกค้า เป็นวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำให้กลุ่มมีรายได้เป็นอันดับสอง รองลงมาจากการขายสินค้าตามงานแสดงสินค้า 3) การฝากขายสินค้ากับร้านสรรพสินค้าในกรุงเทพฯ

(ร้านนารายณ์ภัณฑ์ ร้านตั้งฮั่วเส็ง และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP สนามบินหาดใหญ่) เป็นส่วนน้อยเนื่องจากกลุ่มไม่มีเงินทุนหมุนเวียนมากพอที่จะนำสินค้าไปวางไว้ในร้านเป็นจำนวนมาก และระยะเวลาที่จะได้รับเงินประมาณ 60 วัน ประเภทที่สอง คือ การขายชิ้นส่วน เช่น เส้นใยตาล เส้นใยตาลทอเป็นผืน ตัวกระเป๋่า จะจำหน่ายกันเองระหว่างสมาชิกกับสมาชิก หรือระหว่างกลุ่มกับเครือข่าย เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด ทั้ง 4 กลุ่ม ใช้การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มและเครือข่าย โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเป็นผู้ดำเนินการจัดการเผยแพร่ด้วยเอกสารต่างๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุ และเว็บไซต์ OTOP ของกรมการพัฒนาชุมชน เว็บไซต์ของ สสว. เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สินค้าของกลุ่มเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จนนำมาสู่การซื้อสินค้าหัตถกรรมใยตาลในเวลาต่อมา

3.1.3 การแข่งขันทางการตลาด

1. กลุ่มผู้ผลิตต้นตำ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากใยตาลสามารถสร้างข้อได้เปรียบโดยมีต้นทุนวัตถุดิบที่ต่ำมาก คือ สามารถรวบรวมกาบตาลโค่นดที่มีอยู่จำนวนมากในหมู่บ้าน ถ้าเปรียบเทียบกับภาคการเกษตรชาวบ้านต้องใช้วัสดุที่มีต้นทุน เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เมล็ดพันธุ์ เชื้อเพลิง เป็นต้น แรงงานสำหรับการผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่ก็คือผู้สูงอายุที่อยู่บ้าน ลูกหลานไปทำงาน หรือเป็นแรงงานนอกภาคการเกษตรจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ ซึ่งจะนำไปสู่การมีกำไรที่สูงขึ้น ตลอดจนเครื่องมือเส้นใยตาลและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐทั้งสิ้น

2. กลุ่มผู้สร้างสร้างความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันเนื่องจากต้นตาลโค่นดพื้นที่อำเภอสตงพระ มีเป็นจำนวนมากจนเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่รากจนถึงใบ ใยตาลมี

ลักษณะเหนียวและแข็ง จึงมีความทนทาน อายุการใช้งานสูงกว่าใยจากย่านลิเภา กระบวนการผลิตเส้นใยตาลต้องใช้ความพยายามและเวลานาน เมื่อนำเส้นใยตาลมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ จึงมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นชัดเจน ลูกค้าส่วนใหญ่รู้ว่าผลิตภัณฑ์ใยตาลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์สวยงาม เหมาะแก่การใช้งาน จนเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอสตงพระ เนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์มีรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงทำให้ผลงานเป็นที่ยอมรับ

3. กลุ่มผู้มุ่งเฉพาะส่วน การพัฒนางานหัตถกรรมสามารถดำเนินการได้โดยการยึดลูกค้าเป็นสำคัญ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์กระเป๋่าใยตาลประกอบไม้ โลหะ และหนัง ราคาสินค้าตั้งแต่ 600 บาท จนถึง 3,000 บาท กลุ่มลูกค้าคือผู้หญิงวัยทำงานซึ่งมีความชอบและรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์สูงมาก ตลาดส่วนนี้เป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดส่วนเล็กก็ตาม

3.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ใยตาลทั้ง 4 กลุ่ม ตั้งอยู่อำเภอสตงพระ จังหวัดสงขลา เนื่องจากมีความหนาแน่นของต้นตาลมาก ซึ่งถือว่าอยู่ในแหล่งวัตถุดิบ และเป็นการนำกาบตาลมาแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อีกวิธีหนึ่ง กลุ่มทั้งสี่เป็นวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายกัน โดยกลุ่มไหนทั้งที่เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกมากที่สุด คือ 35 คน และเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการตีเส้นใย อุปกรณ์ประกอบชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเป็นกลุ่มที่ได้รับการส่งเสริมทางด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มาตลอด กลุ่มชุมชนมีสมาชิก 25 คน มีเฉพาะเครื่องทอใยตาล และแบบหรือเบ้า สำหรับขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋่า หมวก กลุ่มนี้ไม่สามารถประกอบชิ้นส่วนเป็นกระเป๋่าได้ จึงขายตัวกระเป๋่าที่ผลิตได้ให้กับกลุ่ม

โหนดทั้ง นำไปประกอบเป็นกระเป๋าสสำเร็จรูป กลุ่มคนรักโหนด มีสมาชิก 23 คน กลุ่มนี้ผลิตเส้นใยเองแล้วนำมาจักสาน ไม่มีเครื่องทอ จึงผลิตผลิตภัณฑ์ลักษณะของการจักสานโดยเฉพาะ กลุ่มบ้านกระดังงา มีสมาชิก 20 คน ผลิตกรอบกระเป๋าดึงด้วยไม้ตาลโดนด ตีเส้นใยตาลและทอเป็นผืนเพื่อจำหน่าย ทั้ง 4 กลุ่มสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี สม่าเสมอ และตรงตามรูปแบบที่กำหนด จนทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นกับชุมชน และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ช่วยเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น ตลอดจนผู้นำกลุ่มก็มีความพยายามและมุ่งมั่นในการพัฒนากระบวนการผลิต การวิจัย และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อขยายตลาดผลิตภัณฑ์ใยตาลสทิงพระ

การตลาดสำหรับสินค้าหัตถกรรมใยตาลนั้น การขายสินค้าส่วนใหญ่เป็นการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า และสินค้าส่วนใหญ่มีคุณภาพดี สม่าเสมอ ตรงตามรูปแบบที่สั่ง ทำให้ลูกค้ากลับมาสั่งอีก ตลาดสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญเป็นตลาดภายในประเทศ ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาของขวัญกมล กลิ่นศรีสุข (2547) พบว่าสินค้าหัตถกรรมถูกกดราคาจากผู้รับซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อเป็นผู้กำหนดราคา และแนวทางในการพัฒนาตลาดสินค้าหัตถกรรมนั้นสามารถทำได้ โดยการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม ณ แหล่งผลิต

การสร้างข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันนั้นพบว่า กลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของหัตถกรรมใยตาลก็คือ มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นอื่น เพราะหัตถกรรมใยตาลของสทิงพระ มีกระบวนการผลิต การย้อมสีเส้นใย และการออกแบบที่มีเอกลักษณ์

4. สรุปผลการวิจัย

ด้านการผลิต เนื่องจากใยตาลมีกระบวนการผลิตที่ต้องใช้เวลามาก ผลผลิตที่ได้จึงไม่พอกับความต้องการที่จะนำเส้นใยตาลไปผลิตต่อ ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า และเสียโอกาสในการรับคำสั่งซื้อ ประธานกลุ่มคนรักโหนด พยายามเพิ่มผลผลิตด้วยการส่งเสริมให้สมาชิกของกลุ่มเข้ารับการฝึกอบรมทักษะการผลิต และแนะนำให้หมู่บ้านอื่นช่วยผลิตให้แนวทางในการพัฒนาการผลิตสินค้าหัตถกรรมก็คือ การเริ่มต้นพัฒนาตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบ คือ เส้นใย กระบวนการผลิต เครื่องมือและอุปกรณ์ทุนแรงในการผลิต

ด้านการตลาด ตลาดหลักของผลิตภัณฑ์ก็คือการนำสินค้าไปขายในงานแสดงสินค้าระดับจังหวัด ประเทศ และต่างประเทศ หน่วยงานราชการที่จัดงานแสดงสินค้าจะช่วยเหลือโดยการให้กลุ่มและเครือข่ายไปขายสินค้า โดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าเช่าพื้นที่ ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าขนส่งสินค้า กลุ่มจะต้องจ่ายเอง ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ บางครั้งยอดขายที่ได้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายแต่กลุ่มก็ต้องนำสินค้าไปจัดแสดงในงาน เพื่อรักษาสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงานที่ส่งเสริมกับกลุ่มตลาดส่วนนี้เป็นตลาดที่ไม่มีแน่นอน อันเนื่องมาจากกลุ่มรู้ว่าจะมีงานแสดงสินค้าก็จะเร่งผลิตผลผลิตที่จะนำไปจำหน่ายไม่สามารถประมาณการได้ว่าถ้าขายได้เท่าไรจึงจะมีกำไร ในบางครั้งสินค้าขายหมดก่อนและไม่มีสินค้าไปเพิ่ม เพราะผลิตไม่ทัน การรับคำสั่งซื้อที่มีขนาดใหญ่ นั้น กลุ่มไม่กล้าที่จะรับคำสั่งซื้อเนื่องจากเกรงว่าจะผลิตไม่ได้ตามคำสั่งซื้อ และไม่มีเงินทุนหมุนเวียนในการจ่ายค่าสินค้าให้สมาชิกกลุ่มจะรับคำสั่งซื้อครั้งละ ประมาณ 100-200 ชิ้น ส่วนการฝากขายสินค้าตามห้างสรรพสินค้า นั้น กลุ่มไม่สามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้มาก เหตุผลก็คือเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มจะไปจมอยู่กับสินค้าที่วางไว้

ยกเว้นร้านค้าสนามบินขนาดใหญ่ที่เมื่อกลุ่มนำสินค้าไปวางจำหน่าย ร้านค้าจะจ่ายให้ 50 เปอร์เซ็นต์ของราคาที่ได้ตกลงกันไว้ ผลิตภัณฑ์ใยตาลอำเภอสังขละบุรีที่ผลิตและจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถขยายตลาดและสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นได้ด้วยการวิจัยและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยยึดความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นที่มีความชำนาญทางด้านศิลปะควรเข้ามาช่วยเหลือ แนวทางในการส่งเสริมด้านการตลาด และรายได้ของกลุ่มผู้ผลิตหัตถกรรมใยตาลนั้นภาครัฐและเอกชนควรให้การสนับสนุนช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง สำหรับการจัดทำโบชัวร์ เอกสารเผยแพร่สินค้า สถานที่ในการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น

ด้านการแข่งขัน กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ใยตาลสามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ด้วยการลดต้นทุนการผลิตเส้นใยตาล ด้วยการจัดหาเครื่องจักรในการตีเส้นใยทดแทนแรงงาน เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต รูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์และแตกต่างจากหัตถกรรมใยตาลท้องถิ่นอื่น ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตหัตถกรรม ควรจะวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานที่มีความชำนาญ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

5. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วง และขอขอบคุณประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายสินค้าหัตถกรรมใยตาล ทั้ง 4 กลุ่ม อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา ให้ความช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนอนุเคราะห์สถานที่และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ จนการวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จ

6. เอกสารอ้างอิง

- ขวัญมณฑล กลิ่นศรีสุข. 2547. การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- โครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิต. 2545. สถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. กองสถิติเศรษฐกิจ. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.
- ชูศักดิ์ จุฑาธุช. 2548. การผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว. วารสารสงขลานครินทร์. (มิถุนายน). น. 319-332.
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ. 2547. โครงการปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิ่มอนงค์ อ่อนอก. 2548. กระบวนการเรียนรู้ด้านการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในครัวเรือน. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีรารัตน์ มรรังกูร. 2545. กลยุทธ์การตลาดเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนจังหวัดสงขลา. ปทุมธานี : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.
- ศักดิ์ชาย ลีक्षा. 2549. แนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในวิถีชีวิตคนอีสาน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (มกราคม-มีนาคม)
- สมชาย หิรัญภิตติ และศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2542. การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สามารถ จักร. 2549. การศึกษาเครื่องปั้นดินเผาของอีสานเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (มกราคม-มีนาคม)

อัจฉรา สโรบล. 2543. รูปแบบของผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมเสื้อผ้าพื้นบ้าน ในจังหวัด
เชียงใหม่ : กรณีศึกษา กลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกร. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
อุดม หนูทอง. 2548. การศึกษาเพื่อเตรียมการ
ส่งเสริมจักสานด้วยใยตาลที่ตำบลจะทิ้งพระ
อำเภอสังขละบุรี จังหวัดสงขลา. สงขลา :
มหาวิทยาลัยทักษิณ.

Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management.**
Eleventh Edition. Pearson Education,
Inc., New Jersey.

Thompson, Ganble E. and Strickland. 2004.
Strategy Winning in the Marketplace.
International Edition. The McGraw-
Hill Companies, Inc., North America.